



Touchez pour payer

Guide de mise en marché



Octobre 2025

Table des matières

1. À qui s'adresse ce document?
2. Qu'est-ce que Touchez pour payer?
 - 2.1 Critères de marché suggérés
3. Pratiques exemplaires de mise en marché
 - 3.1 Stratégie et proposition de valeur
 - 3.2 Sélection des commerçants
 - 3.3 Certification
 - 3.4 Lancement
4. Conclusion



1. À qui s'adresse ce document?

Ce document vise à présenter les pratiques exemplaires et des recommandations de mise en marché pour vous aider à concevoir, à élaborer et à lancer un programme Touchez pour payer. Le public cible de ce document est les acquéreurs et les fournisseurs de traitement de paiements; cependant, plusieurs des renseignements présentés ici sont utiles pour quiconque désire concevoir une solution d'acceptation qui emploie la technologie Touchez pour payer.

Les renseignements et pratiques exemplaires présentés dans ce guide sont fondés sur les apprentissages et observations réalisés par Mastercard dans le cadre de 25 projets-pilotes Touchez pour payer menés dans plus de 15 marchés à l'échelle mondiale. Des pratiques exemplaires de développement et de mise en œuvre sont également présentées dans notre Guide de mise en œuvre de Touchez pour payer¹.

2. Qu'est-ce que Touchez pour payer?

Touchez pour payer est une solution d'acceptation sans contact qui ne nécessite aucun équipement supplémentaire autre qu'un appareil mobile doté de la technologie CCP. C'est une solution à faible coût qui nécessite peu d'entretien et aucun périphérique qui permet aux commerçants d'accepter facilement des paiements électroniques en transformant leur appareil mobile en un appareil de point de vente (PDV).

Les transactions utilisant Touchez pour payer sont protégées au moyen de la même technologie de sécurité et de chiffrement dont sont dotées les cartes à puce EMV^{MD} et utilisent la même technologie de basculement que les transactions effectuées à des PDV ordinaires.

La technologie Touchez pour payer soutient une distribution entièrement numérique et peut être mise en œuvre et activée rapidement par les commerçants. C'est également une solution polyvalente et pouvant facilement être mise à l'échelle pour les commerçants qui ont besoin de plusieurs terminaux de PDV ou qui ont des besoins d'acceptation de carte non standard.



1. Le Guide de mise en œuvre de Touchez pour payer peut être consulté sur la page mastercard.com/mobilePOS

2.1 Critères de marché suggérés

La plupart des marchés sont de bons candidats pour un déploiement réussi de Touchez pour payer. Les principaux facteurs d'activation du marché sont l'adoption des solutions de paiement sans contact (cartes, portefeuilles mobiles ou accessoires à porter) par les consommateurs et le fait que les commerçants ont accès à des appareils mobiles milieu ou haut de gamme dotés de la technologie CCP et à un réseau mobile à connectivité fiable.

Principaux facteurs d'activation sur le marché pour la proposition de Touchez pour payer



Niveau élevé ou croissant d'adoption des paiements sans contact par les consommateurs



Connectivité fiable et rapide des réseaux mobiles



Haut niveau de pénétration des téléphones intelligents compatibles

En plus des facteurs d'activation de marché ci-dessus, les autres facteurs de croissance pour le déploiement de Touchez pour payer comprennent la préférence des consommateurs pour les paiements électroniques, les attitudes socioculturelles envers la numérisation des paiements et les initiatives locales pour réduire l'utilisation de l'argent liquide.

3. Pratiques exemplaires de mise en marché

La conception et le lancement d'un programme Touchez pour payer comprend habituellement quatre phases majeures de mise en marché.

Ce guide présente des apprentissages, des observations et des pratiques exemplaires réalisés et déterminés par Mastercard dans le cadre de 25 projets-pilotes Touchez pour payer menés dans plus de 15 marchés partout dans le monde.



Stratégie et proposition de valeur



Sélection des commerçants



Certification



Lancement



3.1 Stratégie et proposition de valeur

Touchez pour payer est une technologie pratique qui permet d'activer ou d'améliorer l'acceptation des cartes dans de nombreuses expériences de paiement et chez différents types de commerçants.

Lors du déploiement initial, il peut être inefficace de se concentrer sur toutes les occasions qui se présentent à vous. Lorsque vous élaborez la feuille de route d'un produit Touchez pour payer, vous devez concevoir votre offre en tenant compte du marché local et de ses réglementations et comprendre comment votre solution rejoindre les différents commerçants.

Phase 1 : Cerner votre public cible

Catégorie d'acceptation



Commerçants qui n'acceptent que l'argent liquide

Plus de 65 millions de petites entreprises et de microentreprises dans le monde entier n'acceptent que de l'argent liquide¹



Remplacer l'ancien matériel de PDV

Les détaillants qui évaluent de nouveaux systèmes de PDV recherchent des capacités omnicanal, un faible coût d'acquisition et un accès à des services supplémentaires²



Améliorer les terminaux existants

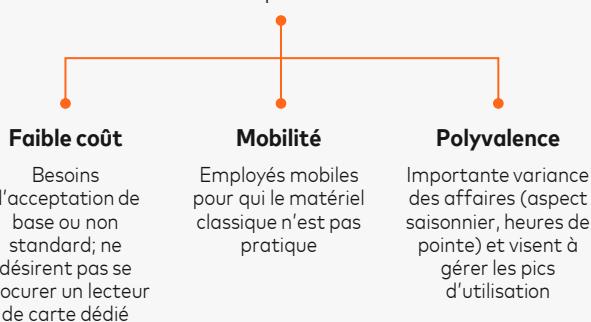
Gérer des situations particulières, comme réduire le temps d'attente aux caisses, les événements spéciaux, etc. (pratique pour les commerçants de grande taille)

Besoins des commerçants

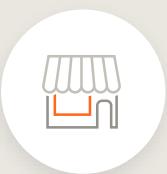


Non desservis adéquatement par les PDV classiques

Commerçants qui n'acceptent pas du tout les cartes (ou seulement dans certains cas) parce que les terminaux de PDV classiques ne conviennent pas à leurs besoins



Types de commerçants typiques



Petits détaillants et fournisseurs de services

P. ex. petits supermarchés, kiosques, vente de boissons, salles à manger, comptoirs de plats à emporter, barbiers, cordonniers



Entreprises axées sur la mobilité

P. ex. services à domicile (plombier, électricien, promeneur de chien), livraison de nourriture, taxis, camions de restauration, vendeurs de rue, marchés, festivals, services de navette



Entreprises verticales à haute variance

P. ex. collectes de fonds, cafés, casse-croûte, événements, détaillants



Phase 2 : Élaborer une offre de produit holistique et un plan de mise en marché

Une fois le public et les types de commerces cibles déterminés, vous devez définir la composition, la tarification et la stratégie de distribution de votre produit.

Attributs typiques de produits et de mise en marché

Catégorie		Approches courantes
 Conception et caractéristiques du produit	Fonctionnalités de base du terminal	<ul style="list-style-type: none"> Acceptation de carte sans contact Fonctionnalité de NIP
	Fonctionnalités du terminal avancé	<ul style="list-style-type: none"> Pourboire Fonctionnalité multiterminal
	Services à valeur ajoutée	<ul style="list-style-type: none"> Gestion des stocks Fidélité des clients Analyse Financement au PDV/acheter maintenant, payer plus tard
	Forfait bancaire plus générale	<ul style="list-style-type: none"> Forfait de compte de dépôt et de carte de débit pour entreprise Fonds de roulement du commerçant
 Modèle de tarification	Coût total de propriété	<ul style="list-style-type: none"> Habituellement tarifié en tant qu'option tout-en-un au plus bas prix, notamment pour les commerçants à faible volume (c.-à-d. microcommerçants)
	Frais	<ul style="list-style-type: none"> Frais d'installation et d'activation Frais mensuels (minimum) Frais par terminal
 Stratégie de distribution	Marketing	<ul style="list-style-type: none"> Campagne publicitaire (partenaire de lancement bien en vue) Médias sociaux et grands médias
	Distribution	<ul style="list-style-type: none"> Directe : succursale, numérique, ventes sur le terrain, nouveaux commerçants et ventes croisées Indirecte : Partenaires de canaux (p. ex. fournisseurs de logiciels intégrés, facilitateurs de paiements) et partenaires de référence (p. ex. entreprises de télécommunications)
	Souscription et intégration	<ul style="list-style-type: none"> Flux de travail numérique dans l'application ou sur un site Web Ouverture instantanée de comptes à fonctionnalités limitées (en attendant une vérification complète) Prédéploiement chez les commerçants existants (c.-à-d. intégré comme nouvelle fonctionnalité dans une application existante de services bancaires commerciaux ou de points de vente mobiles)
	Activation et engagement des commerçants	<ul style="list-style-type: none"> Formation et éducation du personnel de vente (outils numériques) Affiches et autocollants physiques indiquant « appuyer ici » pour démontrer l'acceptation

La conception de votre offre dépend des facteurs propres à votre marché cible et à vos ressources d'entreprise existantes. Quelque soit l'approche que vous choisissez, nous avons établi des pratiques exemplaires à garder à l'esprit pour chaque catégorie.



Plusieurs pratiques exemplaires ont été déterminées sur la base d'apprentissages et d'observations, ainsi que de plus de 25 projets-pilotes Touchez pour payer à l'échelle mondiale.

Pratiques exemplaires



Concevez le produit en ayant une bonne compréhension de vos clients cibles



Élaborez des stratégies de tarification adaptées qui mettent de l'avant les avantages de coût comparativement aux PDV classiques



Effectuer une mise en marché auprès de clients inhabituels nécessite la mise en place de canaux et de parcours novateurs

Élaborez votre proposition Touchez pour payer à partir de zéro, à commencer par les types de clients visés et leur utilisation des canaux et en vous concentrant sur les canaux mobiles (pour réduire les passages d'un canal à l'autre).

Effectuez une étude en profondeur du marché principal pour bien comprendre les clients cible; allez sur le terrain, parlez à vos clients et mettez vos suppositions à l'épreuve.

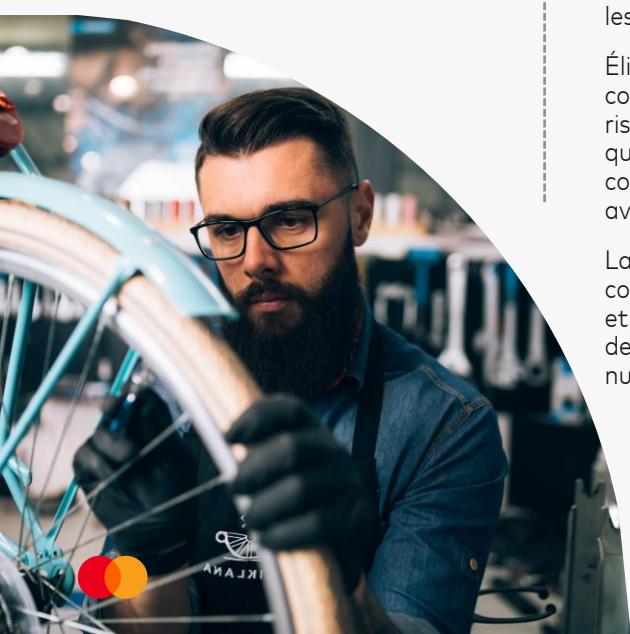
La technologie Touchez pour payer répond à différents besoins des commerçants et a un profil de frais bancaires différent de celui des PDV classiques. Élaborez un tableau de tarification adapté pour répondre aux besoins des commerçants (p. ex. éliminer les frais redondants comme les frais d'inactivité, les minimums mensuels ou les frais de matériel) tout en conservant une structure de tarification relative logique au sein de l'offre d'acquisition.

Les stratégies de distribution classiques axées sur les succursales sont moins efficaces auprès des commerçants qui n'acceptent que de l'argent liquide et exploitent une entreprise informelle et peuvent ne pas faire affaire avec une banque. Un programme réussi doit tirer parti de canaux partenaires comme les fournisseurs de logiciels intégrés, les revendeurs de services à valeur ajoutée, les passerelles, les facilitateurs de paiements et des partenaires moins classiques comme les entreprises de télécommunications.

Testez rapidement la distribution en menant un projet-pilote sur les aspects techniques et commerciaux de votre proposition.

Éliminez les frictions lors de l'intégration au moyen de solutions comme une vérification préalable numérique, une évaluation des risques par niveau, une préapprobation (aucun règlement tant qu'une vérification préalable complète n'a pas été effectuée), des comptes virtuels pour les commerçants qui ne font pas affaire avec une banque, etc.

La technologie Touchez pour payer nécessite que les commerçants soient formés, informés et continuellement activés et réactivés; vous devez tenir compte de ce fait dans l'élaboration de votre stratégie de distribution en incluant des canaux numériques et en personne et des mesures incitatives.



3.2 Sélection des commerçants

Pour mettre en œuvre une solution Touchez pour payer, vous pouvez développer une solution nouvelle ou vous procurer en tout ou en partie une solution existante auprès d'un fournisseur tiers. Les solutions de tiers comprennent des composants individuels, des ensembles de développement avec API ou SDK ou des solutions à étiquette blanche entièrement gérées.

Vous devez non seulement comprendre les capacités que vous offre un fournisseur potentiel, mais également quel effet votre choix de fournisseur peut avoir sur le processus de certification. Certaines solutions gérées peuvent ne nécessiter qu'une simple certification à examen complémentaire, ce qui peut vous aider à effectuer la mise en marché plus rapidement.



Pratiques exemplaires



Définissez clairement la stratégie et l'architecture cible de votre solution Touchez pour payer, notamment la portée fonctionnelle, l'utilisation d'une SDK, d'une API ou d'une solution à étiquette blanche, et les exigences techniques et d'entretien.



Fixez des attentes claires (chez les deux parties) au début du processus de sélection et mettez en place une gouvernance pour gérer continuellement ces attentes et garantir une relation à long terme avec vos fournisseurs.



Vérifiez que votre fournisseur est présent dans votre marché local et qu'il peut vous fournir une assistance adéquate (locale), notamment lors du projet-pilote et du déploiement. Veillez également à choisir un fournisseur qui connaît bien les aspects propres au marché local (p. ex. réglementations, préférences des consommateurs, etc.).



Assurez-vous que le modèle de tarification de votre fournisseur est compatible avec votre modèle de tarification de mise en marché. Différents fournisseurs peuvent employer différents modèles de tarification. Assurez-vous que le modèle de tarification de votre fournisseur correspond à votre modèle de tarification de mise en marché.



Effectuez une évaluation du niveau de préparation technique du fournisseur en vous assurant que ce fournisseur a bel et bien lancé des solutions sur le marché et que ses solutions ont obtenu toutes les certifications pertinentes. Les fournisseurs dont la solution est certifiée doivent vous présenter leurs résultats officiels de certification pour que vous puissiez les examiner.

Le site Web de Mastercard sur les PDV mobiles présente une liste des fournisseurs de solution Touchez pour payer, y compris de nombreux fournisseurs que nous appuyons à l'échelle mondiale.

Pour plus de renseignements, consultez la page [mastercard.com/mobilePOS*](https://mastercard.com/mobilePOS).



3.3 Certification

Élaborer un plan de certification organisé et souple vous permettra d'effectuer la mise en marché plus rapidement et plus efficacement. Il est essentiel d'intégrer un coussin dans votre planification, notamment si vous avez peu d'expérience en développement et en certification de solutions de PDV (logicielles).

La certification d'une solution Touchez pour payer comprend cinq phases :



Pratiques exemplaires



Veillez à bien comprendre les exigences, le processus et les entrants de la certification :

- Quels documents sont requis et quand?
- Quelles sont les conditions de certification?
- Quelles sont les interdépendances?



Planifiez les évaluations avec les laboratoires bien à l'avance; de nombreux laboratoires permettent de réserver une place afin de pouvoir gérer continuellement leur charge de travail.



Travaillez de concert avec les laboratoires, Mastercard et les autres systèmes de cartes pour gérer continuellement les attentes.



Préparez-vous aux imprévus; assurez-vous que votre planification vous permette de réagir à la rétroaction que vous fournissent les laboratoires.

Pour en savoir plus sur les pratiques exemplaires de mise en œuvre de Touchez pour payer, veuillez consulter le guide de mise en œuvre.

(Consultez la page 12 pour obtenir une liste des ressources disponibles et savoir comment y accéder.)

*REMARQUE : EMVCo travaille actuellement à définir un processus d'évaluation de niveau 1 pour les PDV mobiles. Entretemps, les acquéreurs devront obtenir une dispense de Mastercard.

1. Communiquez avec votre fournisseur certifié de PDV mobile ou avec Mastercard pour déterminer si d'autres examens de certification sont nécessaires. De nombreuses solutions de fournisseurs approuvés ne nécessitent qu'un simple examen complémentaire.

2. Les projets-pilotes de solutions Touchez pour payer avec NIP nécessite une évaluation de sécurité relativement aux principes de sécurité des solutions tactiles et à NIP par un laboratoire accrédité par Mastercard.

3.4 Lancement

Le lancement d'une solution Touchez pour payer diffère de celui pour les autres solutions d'acceptation, car l'expérience d'utilisation, les cas d'utilisation et les types de commerçants ne sont pas les mêmes.

En raison de la nouveauté de ces solutions, il est essentiel d'élaborer un plan initial de mise en marché qui fasse la promotion de Touchez pour payer et incite tant les commerçants que les clients à les utiliser. Comme pour toute autre nouvelle technologie, les clients devront initialement être rassurés quant au fonctionnement de Touchez pour payer. Les préférences des clients et des commerçants diffèrent d'un marché à l'autre, et mesurer et suivre leur perception vous aidera à obtenir rapidement des renseignements utiles que vous pourrez exploiter.

Intégration des commerçants

Les nouveaux commerçants doivent bénéficier d'une intégration adéquate, y compris une vérification et une prise de connaissance du client équivalentes à celle offerte par les autres solutions de PDV mobiles sur le marché.

Une fois intégrés, les commerçants qui utilisent un appareil à technologie CCP peuvent télécharger l'application Touchez pour payer et ouvrir une session avec leurs identifiants de connexion pour commencer à accepter des paiements instantanément.

Remarque : les nouveaux comptes de commerçant peuvent être activés plus rapidement avec Touchez pour payer qu'avec des solutions matérielles. Gardez aussi à l'esprit que les délais de paiement des comptes doivent être gérés de manière à refléter la rapidité de mise sur le marché des solutions logicielles¹.



Pratiques exemplaires



Déployez des ambassadeurs sur le terrain pour soutenir les commerçants et les clients lors du déploiement initial.



Le lancement initial doit viser à gagner la confiance des utilisateurs et à faire connaître la solution.



Développez des ressources de marketing pour aider les commerçants à gagner la confiance des clients et inciter ceux-ci à utiliser la solution.



Renseignements issus des projets-pilotes

- Lors de plusieurs projets-pilotes, la présence d'ambassadeurs a amélioré l'expérience des clients et permis de réaliser immédiatement des apprentissages utiles.
- Songez à concevoir et à offrir des mesures incitatives aux commerçants et des sondages aux clients pour recueillir des renseignements.
- Effectuer un lancement chez un détaillant bien connu et bien en vue permet de faire connaître davantage Touchez pour payer aux clients.
- Renforcer les applications Touchez pour payer avec des noms et marques connus et dignes de confiance (p. ex. banques et fournisseurs de services de traitement de paiement, marque sonore Mastercard) peut aider à gagner la confiance des clients.
- Les outils utiles comprennent des autocollants pour fenêtres et des autocollants « appuyer ici » pour appareils mobiles.
- Un des projets-pilotes a utilisé des publicités à la radio et des tirages pour attirer l'intérêt des clients et des commerçants.

Les ressources de lancement de Mastercard disponibles dès maintenant comprennent les autocollants « appuyer ici », les modèles de sondage auprès des commerçants, des documents de formation sur les paiements sans contact et des ressources personnalisables pour les paiements sans contact. Communiquez avec votre représentant Mastercard pour obtenir ces ressources.



1. Le document Règlement et procédures relatifs à la sécurité des commerçants présenté sur MC Connect fournit de plus amples informations sur la vérification des commerçants.

4. Conclusion

Touchez pour payer révolutionne la manière dont les commerçants acceptent les paiements par carte. Les solutions Touchez pour payer permettront non seulement d'éliminer les obstacles qui empêchent les petits commerçants et les entreprises hautement mobiles d'accepter les cartes de paiement, mais aussi d'offrir des expériences de paiement novatrices.

Les utilisations comprennent la réduction du temps d'attente à la caisse, l'inspection des revenus dans les transports publics et des applications de paiement pour kiosques autonomes et machines distributrices. Touchez pour payer amène l'innovation au point de vente.

Puisque Touchez pour payer est une technologie émergente qui connaît un développement rapide, il est impossible de présenter tous les scénarios d'utilisation possibles dans ce guide.

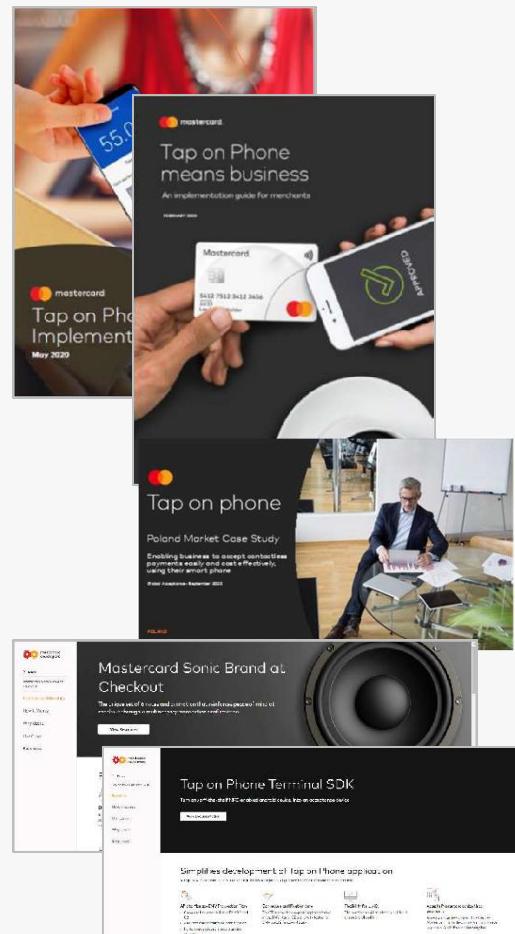
Mastercard a développé une gamme croissante de ressources pour vous guider et vous aider tout au long de votre parcours avec cette nouvelle technologie excitante. Ces ressources comprennent des guides de pratiques exemplaires, des études de cas, des bases de données de fournisseurs, des outils pour les développeurs et un soutien de consultation avec des conseillers Mastercard.

Pour en savoir plus, communiquez avec votre gestionnaire de compte Mastercard ou votre personne-ressource locale, ou consultez la page mastercard.com/mobilePOS.

Ressources de Mastercard disponibles actuellement

Consultez la page [Mastercard.com/mobilePOS](https://mastercard.com/mobilePOS) pour obtenir les guides et études d'utilisation relatifs à Touchez pour payer. Pour toute autre ressource, veuillez communiquer avec votre représentant Mastercard.

- ✓ Guide de déploiement de Touchez pour payer
- ✓ Études d'utilisation de Touchez pour payer
- ✓ Guide sur Touchez pour payer pour les commerçants
- ✓ SDK de lecteur sans contact 1
- ✓ Intégration et normes techniques de la marque sonore au point de vente
- ✓ Autocollant « appuyer ici » pour téléphone
- ✓ Exemple de sondage auprès des commerçants
- ✓ Bannières et autocollants personnalisables de paiement sans contact
- ✓ Pratiques exemplaires en matière de paiements sans contact pour les acquéreurs
- ✓ Guide de formation sur les paiements sans contact pour le personnel des caisses



* Contenu disponible seulement en anglais.

© Mastercard, 2025. Mastercard et le logo de cercles sont des marques déposées de Mastercard International Incorporated. Ce guide est fourni tel quel et Mastercard ne fait aucune déclaration ou garantie d'aucune sorte, expresse ou implicite, concernant son contenu. Mastercard n'est pas responsable de toute action que vous entreprendrez en raison de ce guide.



1. Les renseignements et le formulaire de demande pour la SDK pour lecteur sans contact sont disponibles [ICI](#).